

Jorge Ricardo da Costa Ferreira

(Professor Auxiliar)

jr.ferreira@fcsh.unl.pt

Universidade Nova de Lisboa
e-GEO Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Geografia e Planeamento Regional
Avenida de Berna, 26-C, 1069-061 Lisboa
PORTUGAL

A Inovação Social

Contributos para um Novo Modelo de Desenvolvimento

1. Inovação – A Evolução Recente do Conceito

A dificuldade em acompanhar a mutação do conceito de inovação é evidente. Só na última década e elaborando uma pesquisa bibliográfica sumária, depara-se com um considerável número de referências teóricas, acompanhado também por um crescimento assinalável de medições, avaliações e *rankings*.

É inquestionável, de acordo com o Manual de Oslo (2005), publicado na sua primeira versão em 1992, que a geração, a exploração e a difusão da inovação são fundamentais para o crescimento, desenvolvimento e bem estar das nações. É também inquestionável, a necessidade de criar instrumentos que captem essa inovação de uma forma cada vez mais realista, sem esquecer nenhuma das suas vertentes. A inovação tem sofrido uma enorme evolução e o *Manual de Oslo* tem sido um dos instrumentos fundamentais no avanço da pesquisa, quer dos conceitos teóricos, quer da aplicação prática de novas formas de medição e/ou avaliação do desempenho da inovação, nas suas mais variadas formas. Em 1992, ano da sua primeira edição, o *manual*, focava-se nos conceitos de inovação *no produto*¹ e de inovação *no processo*², dando início aos sucessivos “Inquéritos à Inovação” (European Community Innovation Surveys - CIS), actualmente nas sua terceira edição. Em 1997, o *manual* reviu alguns conceitos e metodologias, expandindo a sua cobertura ao sector dos serviços.

Na sua terceira edição, datada de 2005, o Manual de Oslo inclui dois novos tipos de inovação: *no marketing*³ e *organizacional*⁴.

¹ A introdução no mercado de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado relativamente às suas capacidades iniciais, tais como a melhoria no *software*, utilização “mais amigável”, novos componentes ou subsistemas. A inovação deve ser nova para a empresa, mas não necessita ser nova no sector ou mercado da empresa. Distinguem-se assim: (i) os bens ou serviços novos para o mercado - Bens ou serviços novos ou significativamente melhorados, introduzidos no mercado de actuação da empresa antes dos concorrentes directos (poderia já estar disponível noutros mercados); e os (ii) Bens ou serviços novos apenas para a empresa - Bens ou serviços novos ou significativamente melhorados já introduzidos no mercado de actuação da empresa pelos seus concorrentes directos.

² A implementação de um processo de produção ou de um método de distribuição novos ou significativamente melhorados, ou de uma actividade de apoio aos bens ou serviços também nova ou significativamente melhorada. Excluem-se inovações de índole puramente organizacional.

³ A implementação de alterações significativas no design do produto, na embalagem ou nos métodos de vendas e *marketing*, de forma a aumentar a penetração dos bens ou serviços da empresa no mercado ou em novos mercados.

Actualmente os membros da OCDE⁵ têm como referência a utilização do Manual de Oslo, o que permite uma excelente comparação entre os vários indicadores de inovação.

No entanto, a definição de práticas aplicadas aos estudos de pesquisa experimental no campo da inovação e do desenvolvimento tem, durante a década de 60, um marco histórico muito relevante. Em Itália, no ano de 1963 reuniram-se na cidade de Frascati, província de Roma, peritos na área de I&D. O resultado surgiu na forma de uma publicação que avançava com um conjunto de propostas standartizadas ao nível de investigação em I&D, conhecido como o Manual de Frascati.

Desde a sua primeira versão até à sua sexta edição em 2002, este manual contribuiu de forma decisiva para melhorar o desenvolvimento sistemático dos conceitos de inovação e dos vários estudos sobre a evolução de indicadores com ele relacionados, fazendo actualmente parte do sistema estatístico implementado pela OCDE. Um dos elementos fundamentais deste manual prende-se com a atenção dada à I&D como elemento chave para a economia do conhecimento.

Assim e tentando aglutinar (apenas) o conjunto de publicações citadas, verifica-se uma enorme proliferação de conceitos, cuja comparação rápida e intuitiva permanece difícil. A par das metodologias de análise e de conceitos encontradas nos manuais citados, existe ainda um universo de publicações e autores que se debruçam sobre outros tipos de inovação, nomeadamente a inovação social.

2. A Inovação Social no actual quadro sócio-económico

O desenvolvimento de estudos sobre o conceito de inovação tem sido orientado numa perspectiva mais economicista, sendo a questão da competitividade um elemento fulcral para a sua evolução. Assim, as varias formas de inovação, alvo de uma pesquisa mais aprofundada, estão quase sempre relacionadas directa ou

⁴ A implementação de uma alteração nova ou significativa na estrutura da empresa ou nos métodos de gestão para que a empresa possa melhorar o uso dos conhecimentos, imprimir mais qualidade aos bens ou serviços ou mais eficiência aos fluxos de trabalho.

⁵ Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Republica Checa, Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Itália, Japão, Coreia do Sul, Luxemburgo, México, Holanda, Nova Zelândia, Noruega, Polónia, Portugal, Republica da Eslovénia, Espanha Suécia, Suíça, Turquia, Reino Unido e Estados Unidos da América.

indirectamente com o sistema produtivo (mercados e produtos). Será então a inovação, um conceito do domínio estritamente económico?

Observa-se que, de facto, a dimensão social associada à inovação tem sido, nos últimos 20 anos, menos aprofundada do ponto de vista científico. Porém, apesar de relegada para um segundo plano e com uma menor expressão em termos bibliográficos, a inovação social tem tido, no actual contexto de crise global, uma inegável evolução entre a comunidade académica, profissional, bem como entre públicos tematicamente indiferenciados.

Entre as décadas de 60 e 80, a inovação social esteve quase que limitada ao domínio da aprendizagem e do trabalho. Só nos anos 80, este conceito é alargado ao campo das políticas sociais, no quadro do desenvolvimento sócio-económico. De facto, fazia todo o sentido associar o conceito de inovação social ao aumento da competitividade e por essa via, à melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. Distinguir-se-iam assim dois tipos de inovação complementares. Uma, tecnológica ou mais organizacional, centrada nas definições já referenciadas anteriormente; e outra, a social, relacionada com o bem estar dos indivíduos e das suas comunidades. A sua expressão mais evidente seria sob a forma de emprego, educação, competências, participação activa e cidadania. Foi também durante a década de 80 que a inovação social surge associada às políticas sociais.

Quando os níveis de pobreza e exclusão social aumentam, a qualidade de vida diminui e os níveis de participação democrática caem. O desinteresse instala-se entre os cidadãos, pois os vislumbres de optimismo esvaziam-se num cenário de constante aperto financeiro e de controlo das finanças públicas. A escalada da competitividade mundial, baseada em critérios de pura especulação, os cada vez maiores desequilíbrios de rendimento e as recentes intervenções dos Estados no “desregulado” modelo capitalista, relembram a importância do “modelo social”, que muitos haviam esquecido e outros, ignorado.

De um lado, a escalada no preço das matérias primas essenciais e um modelo energético baseado na dependência do petróleo, levam a rápidas subidas dos bens de primeira necessidade, tornando a economia muito volátil e difícil de prever. Se a isso se juntar o poder dos especuladores e a aparente ausência de organismos reguladores, o cenário torna-se ainda mais dramático. Consequentemente, os ciclos

económicos sofrem mudanças rápidas e sem precedentes, trazendo o agravamento das, já de si, precárias condições de vida de um considerável universo populacional.

Do outro, a globalização coloca ao alcance de todos, aquilo que há bem pouco tempo era apenas o sonho de alguns. O crédito fácil, os juros baixos e a desinformação de um vasto conjunto de instituições onde os objectivos de lucro se sobrepõem a uma lógica de ponderação, traduzem-se num engodo para o consumismo e numa escalada fatal para as famílias, envolvendo-as numa bola de neve de encargos financeiros.

As necessidades sociais estão, por isso, na ordem do dia e os modelos sociais que tradicionalmente se ocupavam de dar resposta aos problemas, parecem também não conseguir solucionar as dificuldades que, de uma forma muito rápida, alastram pela sociedade.

São necessárias por isso novas abordagens e estratégias para resolver os problemas sociais, especialmente em algumas áreas em que estes se materializam de uma forma mais visível: insucesso escolar, empobrecimento das classes médias, envelhecimento da população; e em alguns sectores, como a justiça, a segurança social, a educação, a habitação, o ambiente ou a segurança das populações. O desafio é por isso inovar, mas também do ponto de vista social. Mas, o que é afinal a inovação social?

“A inovação social apresenta-se como uma manifestação do(s) sujeito(s), supondo quase sempre uma atitude crítica e um desejo de mudança ...” (Alter, N. 2000). As inovações sociais procuram novas respostas para os problemas sócio-económicos, de modo a assegurar novos serviços que garantam a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos, através da implementação de novos processos de integração no mercado laboral, novas competências para a cidadania, novas formas de participação e novos empregos (OCDE, 2007). A inovação social procura formas mais satisfatórias de inserir os cidadãos na sociedade, dando-lhes um lugar e um papel no sistema produtivo.

Não havendo soluções milagrosas, existem porém novas variáveis, que se expressando através de capital e coesão social, tentam minimizar os problemas, ao mesmo tempo que maximizam soluções. Este tipo de inovação pode concretizar-se, na prática, através de: (i) políticas de inclusão de pessoas ou comunidades – iniciativas publicas e privadas (nacionais, europeias e globais) de carácter social; (ii) serviços - formas organizacionais (de maior alcance social) como colectividades,

cooperativas, grupos de teatro e associações, que trabalham com grupos socialmente desfavorecidos; (iii) um produto – micro-crédito bancário, um sistema de incentivos mais simples e eficaz, para catalisar pequenos negócios e micro-empresas.

Tal como foi referido em 2005, na Conferência da OCDE sobre Economia Social (*Conference on Social Economy: The Leading Actor for Social Cohesion and the Lisbon Strategy*), a importância da economia social na Europa é já evidente, uma vez que ela representa 8% das empresas europeias e emprega cerca de 9 milhões de trabalhadores. Estima-se ainda, que cerca de 25% dos cidadãos europeus estejam directamente relacionados com a economia social, quer como produtores, consumidores, contribuintes, estudantes ou voluntários.

Assim, as inovações tecnológicas, nascidas quase sempre numa economia de mercado, devem ser complementadas com inovações sociais, de forma a sustentar todo um modelo de desenvolvimento sócio-económico. Como afirmou recentemente Durão Barroso, Presidente da Comissão Europeia, o PIB é uma medida do passado e não serve para responder aos desafios do futuro. Por isso a Comissão Europeia deve adoptar “indicadores de bem-estar”. Cada vez mais, o sucesso da Estratégia de Lisboa e de um Modelo Social Europeu depende de soluções de inovação social ao nível do sector público e do sector privado. A Europa precisa urgentemente de um “Social Silicon Valley” que sustente uma política de coesão social e que vá de encontro à “Estratégia de Lisboa”.

A inovação, como conceito abrangente e utilizado em contextos diferenciados pode e deve, também por isso, ser social. A partir desta forma de inovação podem encontrar-se soluções inéditas e novas formulas de sucesso para os actuais problemas sociais com elevados níveis de eficiência, mas que, quer em termos financeiros, quer humanos, tenham níveis de exequibilidade, garantidos.

BIBLIOGRAFIA:

Alter, N. (2000). *L'innovation ordinaire*, Paris, Presses universitaires de France.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books, New York.

Leadbeater, C. (2006). *The ten habits of mass innovation*. London: NESTA.

Mintzberg, H. (2002). Managing to Innovate. In *Leading for Innovation* (Volume II of the Drucker Foundation Wisdom to Action Series).

Patrick, C. (2007). "Beyond Corporate Responsibility: Social innovation and sustainable development as drivers of business growth". Speech by, Group Chief Executive of Unilever, INDEVOR Alumni Forum in INSEAD, Fontainebleau, France.

OECD (2007). *The Social Economy - Building Inclusive Economies*. Noya, A. and Clarence E. (Editors). OECD Publishing.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS (Setembro e Outubro de 2008):

http://www.ver.pt/conteudos/ver_mais_Opiniao.aspx?docID=263

<http://diarioeconomico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/opinion/columnistas/pt/desarrollo/1091570.html>

<http://www.ordemeconomistas.pt/content/view/8133/740/>

<http://www.dotecome.com/politica/Textos/inovar.htm>

http://www.oecd.org/document/53/0,3343,en_2649_34459_39263221_1_1_1_1,00.html

http://www.ver.pt/conteudos/ver_mais_Inovacao.aspx?docID=633

<http://www.caseatduke.org/>